

## **EL JUEGO DE LA DISTANCIA:**

### **La performance entre los Gitanos de la ciudad de México**

**David LAGUNAS**

Universidad de Sevilla  
davlagunas@hotmail.com

#### **THE DISTANCE GAME: the performance of Gitanos in mexico city**

**Resumen:** Este texto se enfoca a problematizar las estrategias singulares de reproducción económica y cultural de un grupo urbano de Gitanos (Calós) en la ciudad de México. Particularmente, la atención se centra en la ritmicidad de la vida ordinaria, el performance y la mimesis en el intercambio económico, así como el efecto de domesticación de los Payos.

**Abstract:** This text focuses on problematizing the particular strategies of cultural and economic reproduction of an urban group of Gitanos (Calós) in Mexico City. The attention is focused particularly in the rhythmicity of ordinary life, the performance and the mimesis in the economic exchange, and the domestication of the Payos.

**Palabras clave:** Gitanos. Cultura. México. Performance. Mimesis  
Gitanos. Culture. Mexico. Performance. Mimesis

Burawoy (2000: 29) señala que existen dos maneras de abordar la globalización. Burawoy reivindica una *multisited anthropology*, pero no en el sentido de la etnografía multisituada de Marcus que persigue estudiar un tópico o un problema social en varios lugares. Se trata de articular, por un lado, las dimensiones de la conexión y la imaginación ligadas a los flujos de personas, cosas e ideas, y por otro, las fuerzas mundiales, la organización sociopolítica de esas dimensiones a través del espacio y el tiempo. Appadurai (2001) enfatiza las dimensiones culturales de la imaginación como práctica social vinculada al proceso de circulación, los flujos y la reterritorialización en el marco de las tensiones de los escapes y la dialéctica entre las singularidades y la homogeneización.

Para efectos de este texto he escogido como eje de reflexión una de las esferas de actividad a nivel local de una comunidad de Gitanos (Calós) en ciudad de México, la venta ambulante. Con ello pretendo aportar conocimiento en relación a la reproducción cultural “imaginativa” de esta comunidad, identificando el juego de circulación y el compromiso entre un adentro (a): un concepto de “sistema” Roma -sin hacer referencia a un esencialismo- planteado por Williams y Piasere, sobre la base de que la reproducción cultural en términos roma es social, elástica, fluida y remite a las condiciones históricas; y un afuera (b): una construcción política, antropológica e histórica que existe a través de la puesta en escena y representación de los Roma por medio de dispositivos simbólicos y redes de nuestro conocimiento (Asséo, 2008).

Me interesa indagar acerca de si la venta constituye un ejercicio de poder entre los Gitanos y es un factor crucial en la regulación de las relaciones sociales y en la creación de significado en el seno de la arena cultural, de forma que el poder de la cultura constituye la fuerza y la habilidad para influenciar el dominio social y sus diferentes esferas de actividad, así como las relaciones sociales entre las personas (Shoenmakers, 2012). Para ello me centraré en el performance de la venta como vía de conocimiento hermenéutica y como acción significativa en su descripción de proceso creador de cultura, en el cual operan el discurso, la presentación del yo y el manejo de la impresión (Turner and Turner, 1985: 182-187; Goffman, 1981). En el ámbito etnográfico de los modos de interacción social entre un grupo de Gitanos de la ciudad de México, el performance se aborda, primeramente, como una poética de la invención y la creatividad cultural, la cual se materializa en una actividad específica y de responsabilidad cotidiana de los Calós, la venta ambulante (ver Conquergood, 1989). Como parte de la dimensión pragmática de la sociedad los Calós son agentes productivos y creativos en sus relaciones y sus prácticas que enfrentan al orden impuesto por las instituciones del Estado-Nación (Herzfeld, 2005) y la poética social de la interacción cotidiana constituye el juego a través del cual las personas intentan adquirir ventajas (op. cit.: 26). Así en las transacciones comerciales que los Calós efectúan con los Payos por medio de la venta itinerante se genera, por un lado, un juego de la identificación (afinidades interculturales) / distancia (oposición) con y frente al Payo (alteridad), y, por otro, la asimilación de roles de naturaleza ajena a su cultura (mímesis) como expresión de una facultad mimética que expresa un rol decisivo en la cultura, instaurando un poder simbólico (Taussig, 1993). Este juego no es una acción irracional debida a meras situaciones de crisis o estrés cultural sino una conducta adaptativa, la cual es el reflejo de cómo la actividad mimética se relaciona con la práctica social y las relaciones interpersonales; particularmente se describe a través de una situación concreta, social e histórica, de negociación de los compromisos entre el adentro y el afuera entre los Calós.

Segundo, en términos de una fenomenología radical y en relación a la percepción sensible inmediata, los Calós no se “fían” de los Payos y cultivan, estructuralmente y de manera persistente, sentimientos de hostilidad, odio, miedo y envidia (cfr. Piasere, 1999, y los procesos de cismogénesis Gaze/Roma). En primera instancia, la transacción comercial de la venta ambulante representa un ritual constitutivo de tipo regulativo en el sentido de que

orienta y regula una actividad práctica, remitiendo al estilo estético de la actividad y la cualidad de sus características diacríticas (Tambiah, 1995: 144). La venta ambulante construye una relación práctica con el medio<sup>1</sup>, estructurada como acto ritual constitutivo sujeto a reglas constitutivas, y cuyo efecto performativo es incierto (Tambiah, *ibid.*). Este tipo de actos cotidianos performativos elicitan (en el sentido de suscitar, incitar) significados compartidos y estados de ánimo –un ethos– (Wagner, 1986), y simultáneamente, producen simbólicamente el logro del control y el poder sobre el mundo payo como universo impredecible, obteniéndose un poder que trascendentaliza a los sujetos (Wagner, *ibid.*). Por un lado, la transacción comercial describe un orden de interacción en el que se suscitan constructos simbólicos relacionados con los valores morales del grupo; por otro, se ejerce el poder y la dominación (Goffman, 1983).

Respecto a la dominación, Stewart (1997a: 97) señala que la representación de la dominación de los Gaze por parte de los Rom vlach húngaros en las transacciones del mercado de caballos es un constructo ideológico que remite, por un lado, a una imagen de autosuficiencia por medio de la obtención de recursos de los Payos (sin que se produzca una relación recíproca con ellos), y por otro, a la igualdad y el ethos del compartir. Aquí resulta de gran ayuda Wolf (1999: 3-4) y su perspectiva sobre los juegos de poder en las relaciones humanas de interdependencia, al contrastar las ideas (construcciones mentales del mundo) respecto de las ideologías (esquemas unificados para manifestar poder), señalando que ambas juegan un papel fundamental –como emblemas e instrumentos– en mantener a las gentes unidas –o alternatively, separadas–, en cooperación o en conflicto. El enfoque de Wolf permite entender la articulación entre las relaciones materiales y los esquemas ideológicos al nivel de los sujetos, implicados en la reproducción de los medios ideológicos e instrumentales de ratificación de la organización social y la búsqueda de la coherencia, siempre cambiantes. En suma, muestra que la construcción de significados es una actividad ligada a la vida social ordinaria.

La idea es que los procesos de identificación cultural remiten a las percepciones básicas del universo social de los Calós, las cuales revelan las creencias y premisas epistemológicas compartidas por el grupo en relación al universo payo. Este universo payo no representa un simple contexto o un ambiente sino que se trata de una forma de participación, cuya relación es dinámica, productiva, cambiante y de transformación mutua, simbiótica: no es ni una relación de construcción simbólica, ni de tipo representacional (sigo a Ingold, 2000). La idea es que los Calós construyen modelos idealizados del mundo real en la experiencia cotidiana y en el contexto ecológico al interno de la comunidad. En estos contextos los Calós experimentan una comunión de experiencia, la cual constituye el núcleo de la socialidad que no depende de la organización de los datos sensoriales en un sistema objetivo de representaciones colectivas (la mente como procesadora de la información a la manera de Bateson) sino se relaciona con la involucración perceptual directa de los sujetos en un contexto relacional de patrones de actividades cotidianas compartidas en entornos que son vividos. Desde este enfoque, la cognición se entiende como una actividad no apartada del flujo experiencial y en el marco de un proceso de reformulación permanente, no aislado, de los Calós en relación a la sociedad global.

El grupo de Calós etnografiado se compone de alrededor de 150 individuos que se identifican como “Gitanos españoles”, y quienes residen en la “Zona Rosa”, una parte de la colonia Juárez con nivel residencial de clase media y alta. La comunidad local se formó hace aproximadamente 30 años, habiendo pasado sus miembros fundadores previamente

1 Houseman (1994: 13-14) argumenta que el rasgo de orden general entre los Roma es precisamente un medio “natural”, el cual está compuesto por interlocutores y representantes de otros grupos humanos (Roma, Gaze, vivos/muertos, parientes cercanos/lejanos, etc.), nunca indiferentes.

2 Ubicada al oeste del centro histórico de la ciudad de México es un vecindario con una intensa oferta de entretenimiento, vida nocturna y dinamismo comercial.

por países como Brasil, Venezuela y Argentina.

Planteamos que el significado performático es un proceso social contingente y emergente; esta última metáfora indica que el sentido que un sistema trasciende sus componentes, siendo el todo más importante que la suma de sus partes (Stewart, 2002). Ello revela la dimensión irreductible de la vida social: el hombre es un animal auto-performativo (Turner, 2002: 108).

El tiempo y el espacio son categorías percibidas en movimiento. La percepción del medio (su “naturaleza”, a la manera de Houseman, 1994) es la vivencia de las coordenadas espacio-tiempo, entendidas siempre en movimiento. Constantemente hay movimiento bien en la calle, en los viajes de larga distancia o en los desplazamientos de rango corto en la ciudad. Si el mayor movimiento humano se realiza en los tres meses de fin y principios de año, el resto del año hay momentos en que se produce una expansión, por ejemplo, los meses de verano en zonas turísticas de la costa de Oaxaca, Guerrero, Guadalajara o en Chiapas. Ello también indica que la misma acción-performance del acto de la transacción comercial tiene efectos diferentes y no guarda relación con el resultado debido a que se espera más éxito económico según el periodo del año. La eficacia de la performance también se vincula con el contexto temporal: no depende del ritual, sino del momento en que éste se realiza.

Asséo (1994; 2008) identifica un “principio de circulación” entre los Roma europeos. Entre los Calós, y antes que de nomadismo, debe hablarse de movimientos de manera cíclica y no-regular. Hay un fuerte arraigo con lugares concretos que son visitados reiteradamente. Se evitan las disputas por los recursos existentes y se comparten informaciones sobre los mismos, los cuales no pertenecen a ningún grupo. Los lugares son ocupados temporalmente por individuos y familias. Otro individuo o familia puede transitar por ellos, y establecerse con acuerdo. Hay un ir y un venir no violento ni competitivo entre el espacio y la estacionalidad. El destino elegido para la transacción comercial puede ser tanto prospectivo como fijo y repetitivo. Los Calós se mueven constantemente y este movimiento se realiza a partir de las condiciones del lugar. Esta idea de posesión del territorio se basa en la movilidad constante y la cultura de libertad a nivel local, regional y transnacional.

En relación a la posición en el espacio de la sociedad global, Piasere (2004: 89-96; ver también Olivera, 2007: 539) refiere la ubicación predilecta de los Roma en los confines, los lugares más frágiles de la organización política del Estado, como una modalidad de una estrategia más general de inserción en la “sfassatura”, la discontinuidad geopolítica, económica y comercial de la sociedad gaze. En el marco de una percepción diferencial del riesgo como concepto-modelo, los Calós se sitúan en los márgenes del sistema económico e intentan mejorar sus condiciones de explotación de los recursos a nivel local y regional, resistiendo al Estado neoliberal. El contexto mexicano es propicio para la economía informal (29% del PIB de México) y los Calós, por la vía de la práctica, llevan a cabo prácticas económicas informales que denotan una gran flexibilidad, éxitos frecuentes y creatividad cultural; mientras en España la organización productiva de los Calós se encuentra más sujeta a la estandarización y supervisión legal (reglamentos, impuestos).

La práctica de la vida material de los grupos roma, desde las ocupaciones a la modalidad de su presencia en el territorio, es el resultado de elecciones y valoraciones articuladas con la coyuntura, desplegándose de manera creativa (Piasere, 1999: 21-35). La ocupación principal entre los Calós es la venta ambulante. Los productos ofrecidos a los clientes potenciales son chaquetas (*chamarras*) de piel, complementos (gafas de sol, relojes, estilográficas, etc.), perfumes, ropa (camisas y pantalones), marcos de cuadros, cuberterías, mantelerías, colchas y otros productos. La estrategia de venta de los Calós consiste en ofrecer al cliente ya sea un producto individual (chaqueta, complementos, etc.) o un conjunto de productos *-lote-* por un precio total<sup>3</sup>. Para ello, se dirigen a domicilios particulares, mercados, edificios

3 La venta ambulante del lote fue un tipo de estrategia comercial realizada por los Gitanos españoles e impul-

públicos y de gobierno, empresas, pequeños y medianos comercios, y se desplazan a diversas zonas de la ciudad de México, su área metropolitana y el resto del país.

### Mímesis y performance

En el proceso comunicativo del intercambio económico con los Payos los Calós mexicanos recurren al gesto, la estética, el performance y el manejo de la impresión (Ibíd.) como invenciones de la vida ordinaria, a los que se agregan racionalizaciones en forma de ideas y creencias que se enmarcan en una jerarquía de valores. La venta es un acto performativo (Austin, 1990; Tambiah, 1995) y realizativo que integra la convivialidad y el ethos cultural a través de su eficacia, su éxito o su fracaso, así como sus efectos. En la transacción comercial con el Payo el espacio social se construye dialécticamente por medio del juego de la distancia (frente a la intimidad social), sostenido por la convencionalidad y la formalidad del dispositivo externo (el performance). La expectativa del riesgo en la transacción comercial (ser identificados como Gitanos) se neutraliza por medio de la manipulación de los códigos simbólicos en relación a la identificación política: se realiza una auto-identificación positiva, de forma que los Calós ocultan su identidad como Gitanos (identificación negativa) y se presentan ante el cliente como españoles (identificación positiva)<sup>4</sup>. Ello es parte de la poética social en la cual el juego de la distancia y la puesta en escena hacia un afuera es una construcción política, antropológica e histórica que se apoya en dispositivos simbólicos.

Lo que singulariza a los Calós mexicanos es el producto del tipo de intercambio, coyunturas sociales y contingencias históricas (Piasere, 2004) que proveen la aceptabilidad en el territorio mexicano. Por ello, el conocimiento del otro se reconoce entre los Calós como una estrategia de invisibilidad que parte de la premisa siguiente: cuando una diferencia rompe el panorama de la diferencia aceptada (visibilidad), la invisibilidad resulta ser la estrategia más prudente y exitosa. Al presentarse como “españoles”, los Calós son estigmatizables, no estigmatizados. A través de la mímesis y la identificación con otro externo los Calós sobreviven<sup>5</sup>. A ello van aparejados los efectos que describen el logro de una posición socioeconómica más elevada que en España.

La manipulación de la propia identidad es una estrategia seguida por otras comunidades roma en el contacto comercial con los Gaze (Piasere, 1999)<sup>6</sup>. Es obvio que existen escenarios y momentos históricos en los cuales reconocerse como Roma es relativamente seguro y ventajoso o desventajoso (Okely, 1997:228; Piasere, 2004)<sup>7</sup>. Lisón (1997) señala que los Gitanos desde su llegada a la Península Ibérica fueron percibidos y se presenta-

---

sada desde los años 50 con la mecanización del campo, alcanzando una gran importancia hasta los años 70. En la venta del lote el margen de beneficio es mayor y el tiempo de venta menor que si se tuviera que vender uno por uno todos los productos ofertados.

4 “Español”, en México, es una categoría menos discriminada racialmente que “Gitano”. Ello se relaciona con el manejo de la impresión de la microsociología de Goffman, ya que los Calós controlan, a través del vestuario, la forma de hablar, los gestos, etc., la información simbólica que se adapta más favorablemente a las expectativas sociales de sus clientes.

5 La idea de mimetizarse con el entorno remite para Adorno (1984) a un impulso zoológico y biológico.

6 La “invisibilidad” étnica entre los Rom kalderas de París señala Patrick Williams o la “super-comunicación” de la etnicidad entre los Romnicel norteamericanos según Matt T. Salo y Sheila Salo, ésta última técnica también registrada por Piasere entre los Rom eslovenos del Norte de Italia quienes para obtener fierro viejo se presentan frente a los campesinos y los talleres de reparación como pobres cíngaros iletrados –“super-comunicación”- con el fin de obtener el material gratis o a bajo precio (Piasere. 1999: 28).

7 En México se visibilizan las mujeres rom que leen la mano en las costas de Veracruz o en el centro de Coyoacán explotando la estética colorida de la mujer exótica que adivina el futuro y adecuándose a la estética oriental; los Rom ludar proveen de entretenimiento con espectáculos de magia, ilusionismo y circo, de forma que el asombro ante lo inefable y la maravilla se acomoda al arquetipo del Roma exótico; los grupos rom del Distrito Federal y del centro del país que se dedican al comercio, transporte, reparación de maquinaria pesada y compra-venta de autos ocultan su identidad como Roma.

ban ante los Payos a través de un carnaval de máscaras pragmáticas, jurídico-religiosas y simbólico-alegóricas, que aparecían y desaparecían y se transformaban continuamente (cfr. Silverman, 1988; Okely, 1996). De hecho, la imaginación popular en la Península Ibérica sigue asignando visiones arcaicas al mundo gitano, como el estereotipo del Gitano pícaro (y a la vez anti-materialista), violento, juerguista y carnavalesco (como el mundo bajtiano de la borrachera y el excremento), deslindado de responsabilidades sociales, en suma, aquél que no parece haber llegado al umbral de la modernidad. En suma, un héroe posmoderno y perturbante que pone en crisis las identidades locales y la solidez de las instituciones (Lagunas, 2005:35; cfr. Piasere, 2011, los Roma como *trickster*).

Sin embargo, la combinatoria de los Calós, la poética social, es el substrato de la creatividad cultural. Frente a este proceso social explícito, duro y discriminador, los Calós juegan creativamente con los rótulos, los cuales son señales que a su vez representan ofensa y daño; el poder de manipulación de la realidad consiste en obviar un rótulo de identificación distintivo y conductual (“Gitano”), el cual implica contenidos específicos (tradición, racismo, etc.). Las expectativas o los esquemas (*schemata*) de interpretación (Goffman, 1974) de una situación social problemática (el prejuicio anti-gitano), vinculados a procesos cognitivos y afectivos, se dinamizan por medio de los marcos (*frames*) y las ideas colectivas (no reducibles a ideologías) que, desde un punto de vista sociológico, remiten a situaciones dialógicas de interacción social (Snow and Benford, 2000). La reacción que se espera del Payo como sujeto que recibe estímulos y reacciona frente a la información del acto comunicativo perfecto, a la manera del interaccionismo simbólico de G. H. Mead, es una respuesta de entusiasmo y/o de sumisión. Aunque se asume que el fracaso en la performance es algo natural, el efecto deseado se construye a través de la transmisión de información codificada simbólicamente y relativa al estatus fisiológico, psicológico y social del emisor, recurriendo al manejo de la impresión y el arte verbal como performance y elemento clave de persuasión (Bauman, 1975) y, en general, el control del contexto de acción<sup>8</sup>, a su vez determinado por convenciones culturales. El poder de los Calós se ejerce en el marketing, desarrollando las habilidades persuasivas que poseen para influenciar en alguien con el fin de que adquiera un producto; dicho de otro modo, las formas de producir que la gente se comporte por sí misma de otra manera (Dreyfus and Rabinow, 1984; Dahl, 1957: 203). Una de las estrategias más empleadas para estimular la motivación a la adquisición del bien es, para los hombres, hacerse pasar importador y empresario textil y otros roles (piloto de aviación, militar pensionado, etc.):

*Les digo: soy piloto de avión y compré esta ropa para mis hijos en El Corte Inglés de Madrid, pero le viene pequeña. Estas chaquetas son de piel buena pero tengo que regresarme a España y quiero cambiar estas chaquetas por botellas de tequila. Me las tienen que pasar por aduana y me cobran el 12%. Mire yo se las regalo. Cuando venga de España le traigo lo que usted quiera<sup>9</sup>.*

8 Cuando se quiebran los patrones comunicativos altamente estandarizados el modelo cibernético de la comunicación puede abocar al fracaso. El fracaso comunicativo en la interacción puede acarrear, en determinados casos, o bien el juramento (*jurar por los muertos*) –como insulto– o bien la maldición. La conducta desafiante del juramento y la maldición (formas ambas del ritual) implican la discontinuidad a nivel cibernético (Zulaika, 1990: 369). Ambas son expresión del poder de la forma verbal como advertencia y castigo, al igual que la forma verbal en la modalidad de persuasión (performance de la venta).

9 Quien explica esto es Botero, un expastor pentecostal de Sevilla: *yo era pastor en Sevilla y para eso tienes que ser un líder espiritual y tener una vida recta pero como aquí tengo que ‘engañar’ lo he dejado*. El caso de Botero ilustra cómo existe un continuum entre los roles “sincero” y “cínico” de la microsociología de Goffman. El juego consiste en que los Calós se presentan frente a su audiencia ejerciendo el rol “cínico” ligado con un motivo u objetivo posterior, y en el cual el intérprete cree que está “engañando”. Botero es consciente de que está jugando un rol y proyectando una imagen ficticia. El carácter moral de la actuación genera el dilema pues la disposición se asocia a la deshonestidad. Ello también indica cómo el pentecostalismo, como discurso moral,

El poder de los Calós reside en su capacidad de persuasión y en el cómo proyectan la ilusión<sup>10</sup> en la mente de los clientes. El imaginario de los Payos alimenta la habilidad artística de los Calós para generar estas ilusiones cuyo fin es alterar la percepción de los otros con el objetivo de vender el producto<sup>11</sup>. Y a la vez se trata de la ilusión de parecer otra persona, el poder camaleónico, el secreto y la invisibilidad. Nos referimos no solo a una performance de una performance (la del piloto de avión o el periodista del New York Times “real”<sup>12</sup>) sino a un proceso cultural transformativo que por medio de actos físicos y corporales construye identidades, relaciones y estatutos en base a la alteridad, y que emplea la facultad de copia, de imitación, para armar modelos, explorar diferencias y “llegar a ser otro” –no literalmente-, incluso apropiarse del carácter y el poder de ese otro (Taussig, 1993: xiii). Así, imitar es poseer una capacidad camaleónica y un poder mágico para copiar, falsificar y enmascarar; y a la vez, implica una capacidad de poder de representación del mundo, siendo esta facultad de los Calós un juego de espejos: una derivación del poder de la representación que contesta el poder de representación de los Roma como objeto por parte de la antropología. Así, en el momento en que se produce la copia y la imitación respecto al modelo original, esto es, la representación y objetivación de la figura del Payo (sobrecargo, piloto, periodista y cualquier otro rol), ello supone la apropiación por parte de los sujetos del carácter y poder de esas figuras originales. En suma, en lugar de observar el performance como una parodia o un deseo asimilacionista de querer “ser como los payos”, aquel se comprende mejor como un acto de imaginación cultural mimética. Los Calós pueden protegerse de un medio incierto y hostil eliminando la categoría –prejuiciada- de “Gitano”, adquiriendo mágicamente la esencia de los otros en el arte y el poder cotidiano de la apariencia, arte que cultiva la paradoja indisoluble de la esencia/apariencia (*ibíd.*: 176).

La interrelación entre lo cognitivo y lo sociológico construye las relaciones sociales dinámicas y las ideologías culturales de domesticación, poder y control respecto al Payo, y se describe la conciencia de superioridad de los Calós respecto de los Payos (cfr. Stewart, 1997b, y cómo los Rom vlach húngaros se piensan superiores por la palabra y la *chance*; Piasere, 1991: 213 y ss, y el rechazo a la proletarianización como “hegemonía de lo interno” entre los Rom de Verona). El efecto de domesticación y encapsulamiento de los Payos en categorías objetivas y prácticas tiene implicaciones más generales puesto que la superioridad no sería algo circunstancial sino que se construiría como una estructura social en la cual el Payo, sobre el papel, no puede iniciar ideológicamente una relación de reciprocidad. La eficacia del rechazo a la interacción, eficacia que está articulada con otros tipo de rechazos en relación a valores morales y los correspondientes tabúes descritos en otras esferas sociales (nombrar a los difuntos, separación de los sexos, etc.-), sin embargo, es una cuestión que depende de los contextos de intercambio social, económico e histórico: *aquí los mexicanos son ‘payos, payos’; no nos relacionamos, les vendemos. En cambio, en España tengo amigos payos; hemos convivido. Aquí vienen con sus reglas: ‘sí, señor’, ‘con permiso’, ‘muchas gracias’*. Ello nos indica, por un lado, que el juego de la distancia respecto a los

---

afecta la resolución de los Calós en relación a las prácticas al margen de la ley, aunque socialmente productivas.

10 Es importante la locuacidad verbal: *vendemos chamarras. Una persona puede estar viéndolas en la tienda pero nosotros tenemos labia, le vendemos las cosas... y rápido porque si no se rajan...* así como el manejo de la psicología. Uno de los Calós describía su venta como *la venta de la ilusión* empleando recursos comunicativos (verbales, gestuales, vestimentarios) para incitar al comprador: *decimos que estas mantelerías están hechas por las hermanas carmelitas. Yo me lo creo. Todo se basa en creértelo tú*.

11 En *La República* Platón señalaba cómo la facultad mimética producía apariencias e ilusión que afectaban la percepción y la conducta de las personas.

12 Ello es también una expresión de la reflexividad emanada de este grupo y de la reinvención de la tradición (Babcock, 1986). Por ejemplo, en mi etnografía con Calós catalanes una anciana *calí* narraba una de las estrategias para vender ropa a domicilio en los años 50 en Catalunya: *algunos [hombres] hacían que la mujer entrara en casa, y una vez dentro, hacia entrar al hombre que llevaba el lote. Yo no hacia este engaño. Los hombres decían que eran franceses o italianos y que traían ropa de fuera* (Lagunas, 2005: 95).

mexicanos expresa una dimensión diaspórica y, por otro, que la marca de la alteridad, el “otro”, es una construcción particular y contextual (cfr. Stewart, 1997b, el campesino húngaro es más “otro”).

La afinidad intercultural, como actividad incorporada y como discurso reflexivo, es parte de la fabricación de los contenidos de la cultura, revelando que ésta se construye a base de haber ido, usualmente de manera imperceptible, elementos de otras culturas (*hemos sido camaleónicos, adaptados a cada lugar. Si hemos visto algo bueno de ti, lo hemos absorbido*). Esta absorción no se explica meramente como una mimesis<sup>13</sup> no-consciente. Estudiar a los Calós es entender elementos que en realidad no son exclusivos, son importados, y por ello, al ser provenientes de otros contextos constituyen préstamos (ver Williams, 1996), forzados o no, que se ensamblan con su tradición en un maridaje imperfecto, si bien, una vez adoptados empiezan a transformarse según los términos de las necesidades de las poblaciones locales.

La transacción comercial constituye una construcción estética de la vida que también da cuenta de cómo la construcción del mundo de la experiencia de los Calós se apoya en tipos fluidos de identidad e identificación, no de esencias. Los Calós nos enseñan que la distinción entre lo instrumental y lo expresivo se difumina. Es decir, un modelo teatral que diera cuenta exclusivamente de lo “fraudulento” de la puesta en escena del yo sería simplista y reduccionista si frente a la impostura inherente a todo ser humano que vive en sociedad no agregáramos otras dimensiones de la persona como, en el caso que nos ocupa, las afinidades interculturales. Como señala Joseph (1999: 5), las nociones de ciudadanía (nacional) están impregnadas de imágenes públicas, definiciones oficiales, la práctica habitual informal, anhelos nostálgicos, la memoria histórica acumulada, la cultura material, las mitologías y las lecciones aprendidas de anteriores rechazos. Así, el performance de la adscripción nacional (española) que de forma consistente los Calós ejecutan en la vida social, y que incluye tanto sus técnicas estéticas como las dimensiones de los temas que pone en juego, se comprende mejor como un lugar de realización de la persona en las esferas complejas de la vida cotidiana (*ibid.*: 4). Siguiendo a Benjamin, el impulso mimético básico ofrecería similaridad, el hacerse uno similar al otro, no una simple imitación (Cahn, 1984: 34).

Por tanto, en las transacciones comerciales los Calós también afirman y exhiben preferencias marcadas culturalmente, *elementos de identidad* nacional que son parte del patrimonio español, y parecen señalar con ello afinidades interculturales. En este sentido, la mimesis-imitación es el reflejo de la flexibilidad y porosidad de la diferencia entre el yo y el otro, donde siempre se halla la distancia respecto a lo imitado (Taussig, 1993, xix). El encubrimiento de lo diferente y la afirmación de lo compartido como proceso de adaptación situacional -que coexiste con procesos de regulación y coordinación sociales más generales- (Turner, 2002: 107) implica que los Calós tienen cuidado de no ser identificados como Gitanos, afirmando que como españoles y comerciantes son personas que expresan relaciones de complementariedad económica, social y cultural con los mexicanos. Este es un elemento cultural adaptativo que nos indica cómo el significado de la conciencia y atribución de significado a la “raza”<sup>14</sup> y la cultura así como su negociación al exterior es producido en el intercambio y la interacción con los *payos*. Con ello, se estaría expresando un ethos particular así como se simbolizarían distinciones y categorías convencionales, no estáticas ni uniformes, sobre las cuales los Calós construyen las relaciones de intercambio. No es solo la instrumentalidad, la utilidad o la característica de un metalenguaje aquello que define a

13 Ver algo o escuchar algo es entrar en relación con ese algo, establecer un contacto. La distinción entre la copia y el contacto, así como la naturaleza de esta relación permanece oscurecida y es una fuente tanto de imaginación como de identificación, representación y expresión, términos que están en relación con o son conjurados por la noción de mimesis (Taussig, 1993: 21).

14 Los Calós se piensan como una raza distinta al mundo payo. En mi relación e interacción con este grupo los he tratado, por respeto, “como si fueran una raza”.



el performance, sino la expresividad de la misma, que es la que instituye y produce sentido como españoles y como Calós.

### Naturalización y domesticación

El poder proviene de tres fuentes: la naturaleza, la sociedad y, de manera más directa, el poder ejercido por las propias personas. El poder es un rasgo de las relaciones humanas y apunta a que es necesario que una persona controle en parte a otras. Los Payos son ubicados en una posición concreta en el mundo por medio de sistemas de clasificación que constituyen instrumentos cognitivos y de hecho son el producto social-político de dinámicas sociales e ideologías culturales específicas cuya causa última es lógico-formal: establecer contrastes de incompatibilidad en base a sistemas de representación que proyectan atributos denegatorios presentados como naturales. La idea es que los grupos humanos naturalizan las diferencias culturales, y ello representa también un instrumento de domesticación, de poder y control<sup>15</sup>.

Habitualmente se pasa por alto que en la especie humana hay domesticación, al igual que un campesino domestica a los animales. Una relación de domesticación entre especies diferentes supone que la que domestica a la otra tiene mayor capacidad de adaptación al medio (simbiosis, parasitismo, etc.). La domesticación también puede provenir del grupo que aparentemente no detenta el poder político o económico. Los seres humanos construyen la racionalidad a través de condiciones particulares que se inspiran en la domesticación. Este es un hecho universal y objetivo que expresa cómo los procesos de aprendizaje cultural -no informados naturalmente- están sujetos a su vez a procesos de naturalización. Cuando se pretende reforzar una cosa ésta se naturaliza y para dar fuerza a las discriminaciones de la sociedad éstas se naturalizan. Uno de los terrenos de la domesticación que recibe más naturalizaciones, junto con la agresión generacional (edad) y el dimorfismo sexual (género) es la “raza”, siendo este un estado más natural. Así pues, la domesticación se identifica, no solo con el sexismo o la discriminación por edad (*ageism*), sino también con el racismo.

Sobre la división entre naturaleza y cultura, recientemente Olivera (2007) muestra que los Rom gabori conciben a los Gaze como “naturaleza”-humanizada, invirtiendo la percepción de los Roma esloveno-croatas sobre los Gaze como humanidad-“naturaleza” (Piasere, 1985: 136-184; 1995: 31). Sin entrar de lleno en esta polémica que merecería un artículo más extenso, quisiera recrearme en una idea muy simple: cómo la naturalización de los Gaze representa la materialización de un hecho cultural que se ha convertido en natural, sin serlo. Negar la humanidad del otro, negando su condición moral (humana) como persona y equiparándolo a una especie (animal), forma parte de una concepción de la naturaleza en la historia occidental. El interés radica en que, a pesar de que cada sociedad puede tener concepciones distintas sobre la naturaleza (o no tenerlas), es posible identificar un mínimo de asunciones implícitas sobre las cuales estas concepciones están construidas (Ellen and Fukui, 1996).

El performance, y en general, la cultura transaccional de la sociedad caló, ilumina cuestiones relacionadas con el poder, la ideología y los procesos históricos de diálogo/resistencia (Turner, 1986). No nos referimos aquí a las propias ideologías de los Calós (sangre pura, etnicidad, honor/deshonra, el trabajo, la gestión el tiempo, etc.) que afectan varias esferas de la vida social, incluida la construcción de una segunda naturaleza (Taussig, 1993) en la relación mágico-mimética respecto a los Payos. Nos referimos, en cambio, a la aplicación histórica de ideologías de poder externas, de la acomodación y la resistencia, cuyo modelo binario estructural ha resultado históricamente más aceptado para teorizar la opresión. Des-

---

15 Algunos ejemplos de ello son las caricaturas de dominación inspiradas en animales, el hecho de que los niños aprenden a través de los animales en una suerte de inversión del totemismo y que tampoco sea casual la manera como la cultura anglosajona distingue entre los trabajadores industriales (*blue collar*) y los que llevan a cabo trabajos administrativos (*white collar*).

de esta perspectiva (y a un nivel muy general) se puede partir de la interrelación histórica Roma/Gaze –así como de otras relaciones y jerarquías entre pueblos, naciones y civilizaciones–, en base a dos tipos de dialogismos: a) polifónico, donde hay discusión y desacuerdo, pero no sustitución ni eliminación, y b) radical, de experiencia histórica, donde los *logos* no concurren polifónicamente sino que unos son destruidos y sustituidos por otros<sup>16</sup>. En el tipo de dialogismo radical se revela la imposibilidad de tener un grupo sintético, siendo la teoría de la contradicción social marxista, como fenómeno histórico y de contraposición de los intereses humanos, su paradigma. Desde un enfoque neomarxista la historia de los *roma* puede apreciarse como la historia realizada de luchas de pueblos, grupos, comunidades y clases que se niegan radicalmente unas a otras, en mayor o menor medida. Cualquier grupo humano puede estar enfrentado en términos de contradicción con otros grupos tanto filosóficamente (una contradicción epistemológica: *si yo tengo razón, el otro ninguna tiene*) como ontológicamente (*si yo y mis intereses triunfan, los intereses del otro han de desaparecer completamente, siendo todo sustituido*). Hipotéticamente, el enfrentamiento Roma/Gaze se produciría a nivel de existencia (ontología) y razonamiento (sistema de contradicciones racionales: epistemología).

La ideología no está desconectada de la cognición ni de las situaciones de interacción social. Los Calós, al igual que los Rom esloveno-croatas o los Rom gabori, expresan la articulación entre la emoción –ethos– y la razón –eidos– (la configuración de la cultura para Bateson), además de la existencia de unos “themata” básicos: la oposición cognitiva y la diferencia entre los Calós/Payos construida en base a la noción de la no-identidad entre ambos grupos como un todo social. En positivo, este es un tema que obliga a pensar a los antropólogos y del que se fantasma, siendo asimismo algo empírico. La idea es que los modelos culturales propios se articulan con la experiencia histórica y la contradicción social, compuesta por la suma de los intereses particulares, donde la razón de unos no tiene que ver con la de otros grupos humanos.

La cosmovisión refleja un conjunto de principios integradores que proporcionan coherencia al sistema de conocimientos y creencias, aunque como estructura de ideas no es permanente ni fija ya que sus figuraciones y metáforas son mucho más mutables que las construcciones cognitivas (Turner, 2002: 111-112). Aunque las personas no viven necesariamente según su visión del mundo, su sistema conceptual, estos modelos se articulan con valores y sentimientos, estructurados consciente e inconscientemente en forma de marcos (Lakoff, 2006). Desde este punto de vista, las comunidades locales desarrollan modos cognitivos dominantes, es decir, un conjunto de estructuras de ordenación lógica y simbólica relativamente estables sobre el que se apoyan los datos culturales para organizar los sistemas de conocimiento coherentemente, codificarlos en lenguajes formales, estéticos y otros, y hacerlos comunicables en el ámbito social, en convivencia y apoyo de una ideología cultural particular (Buxó, 1984: 41-42). Así, la parte ideal (ideología, valores, imaginarios) marca las pautas de una manera realista, tal como se conoce, puesto que la cosmovisión y los modos cognitivos dominantes marcan las convenciones culturales.

Sin embargo, la cosmovisión, a diferencia de las construcciones cognitivas, tiene que plasmarse en performances (Turner, op. cit.: 112). En este sentido, la articulación entre la performance y el poder no solo sería la expresión de la cultura de los Calós sino el ojo reflexivo, la mirada creativa de los Calós sobre posibles diseños de vida más aptos (Turner, 1986: 24). Nos referimos a la transacción comercial como un evento cotidiano ejecutado como acto convencional, ritual, en el sentido de que 1. se constituye como un sistema de comunicación simbólica construido culturalmente (su contenido se relaciona con una ideología particular) por medio de secuencias de palabras y actos estructurados y ordenados, y

16 Piasere (2004) identifica, en función de las relaciones de mutua hostilidad establecidas con las sociedades de su entorno y dependiendo de la posición política y socioeconómica de los diversos grupos *roma*, tres modelos de relación: español, occidental y balcánico.

cuyo contenido se caracteriza por su formalismo (convencionalidad), aspectos estereotipados (rigidez), condensación (fusión) y redundancia (repetición) (Tambiah, 1995: 130); y 2. su ejecución o performatividad, la acción es condición básica de lo que ocurre ya que el ritual no sólo comunica, “está haciendo algo” (Zulaika, 1989). Por un lado, observamos la formalidad absoluta en el vestir: trajes con corbata para los hombres, el ritual previo de blear los zapatos; las mujeres, con vestidos discretos, oscuros, con combinaciones de falda, suéter, bolso y zapatos elegantes. Los movimientos son también estilizados, enfatizando discreción y elegancia en el modo de caminar, la mirada, los gestos, la forma de sentarse. La apariencia y el lenguaje corporal, el *personal front* (Goffman, 1981), es clave para el éxito comunicativo pues ambos remiten a la coreografía de la performance que aporta los estímulos que hablan al cliente potencial sobre el estatus del performer. El lenguaje que se utiliza es claro, estructurado, con estilo refinado, retórico, usando formas superiores de locuciones y pronombres, y un vocabulario altisonante (Tambiah, op. cit.: 140), ejecutado con locuacidad y rapidez. Es decir, se especifican previamente las reglas para proceder a la ejecución, y se pre-ordena la secuencia de los eventos cuyo resultado es imprevisible.

Se trata, entonces, de un tipo de comportamiento comunicativo intencional, normal, que los Calós manipulan como comportamiento convencional, ritualizado; la distinción entre uno y otro reside en el grado de formalización y estereotipicidad, lo cual explica la relativa distinción en la conducta (ibíd.: 137). Este paso se logra por medio de una teatralidad escénica que comprende movimientos, vestidos y posturas, y una ejecución. En la observación etnográfica, los Calós invierten mucho esfuerzo en la dramatización teatral de un rol con el fin de lograr un efecto. Pero siguiendo a Zulaika (1989), se trata de un teatro serio, es jugar en serio. La paradoja teatral es que los Calós “tienen que vivir la ficción de una representación como si fuera la pura realidad (...) todo lo que se diga o haga dentro es verdadero, aun aquello que se sabe que es falso a pesar de expresarlo con la más estricta formalidad y literalidad” (Zulaika, ibíd.). En ese contexto, los participantes juegan a creer en la representación y actúan ritualmente, tomando la metáfora literalmente y experimentando el teatro como ritual (*tiene que creértelo tú*).

En suma, observamos el ritual como drama que juega creativamente (el ritual que enfatiza la eficacia) y como teatro que se vive en serio. Siguiendo a Schechner (1994) las relaciones ordinarias en la venta ambulante entre los Calós serían vividas como un performance manifiesto y explícito, el cual remitiría a un proceso social implícito, no así para los Payos quienes experimentarían, no un teatro, sino un proceso social explícito siendo implícita la condición de performance. Teatro y proceso social serían intercambiables, siendo la sublimación de conflictos relacionados con la historia acumulativa de dialogismos tanto polifónicos como radicales.

En esta construcción simbólico-estética e ideológica, la representación cultural del Payo se hace presente, de forma que el aumento del aspecto experiencial del mito del Payo (como representación social que da sentido a la construcción del mundo caló) se produce en la acción social. Lo personalmente vivido en la performance del intercambio comercial se identificaría con lo que socialmente se imagina<sup>17</sup>. Dicho de otro modo, la ritualización confiere estabilidad y legitimación a las construcciones sociales efectivamente operantes (Tambiah, op. cit.: 136), entre ellas, la figura del Payo excluido de la moral comunitaria. El performance de la venta es una expresión estilizada de la fluidez respecto al tipo de representación y categorización respecto a los Payos, en la cual el ritual, la gestualidad y la estética son los mismos<sup>18</sup>. Entre los Calós el teatro, la gestualidad y el ritmo (no la vía semántica) consti-

17 En la música occidental suele decirse que sólo se produce la idea de arte durante el proceso de creación musical, durante el performance, con lo cual los músicos subrayarían la importancia de la interpretación en directo y no de la mera grabación en el estudio. Del mismo modo, los signos culturales han de ser actuados para ser reales.

18 Malinowski (1977) había revelado la importancia en la magia trobriandesa, no del contenido semántico, sino del ritmo y la manera como se dice (gestualidad).

tuyen las concepciones presentes<sup>19</sup>. Y en definitiva, ello representa la manifestación y el ejercicio del poder de los Calós sobre el universo payo.

La venta es tanto un recurso político como de persuasión en su formato ritual. Aparentemente, los Calós concatenan y hacen las cosas mecánicamente, como una disciplina laboral. La paradoja es que esta disciplina laboral conlleva una disciplina litúrgica: los gestos, las palabras o la apariencia deben ser armónicos. Este conocimiento práctico es incorporado siendo las reglas regulativas que orientan el acto performativo de importancia capital. En su doble dimensión laboral y litúrgica, cada acto en la transacción comercial liga con otro acto siendo la hilación de esos actos el núcleo, no la simbolización. Ello remite, por otro lado, a la teoría sobre el poder inherente al ritual del *Negara* de Geertz<sup>20</sup>. Esta teoría ha sido desarrollada por Pandya (1993) en su estudio sobre los Onges de la pequeña Andamán y cuyo planteamiento teórico es radical. Lo destacable en Pandya es que viene a señalar que la dicotomía naturaleza/cultura tiene menor sentido que el ritual, que es lo que en definitiva otorga el poder; así, el ritual se conceptúa como un ejercicio de poder en sí mismo, de forma que la acción ritual genera la existencia de poder en una sociedad. Desde este enfoque, el poder no solo sería un aspecto fijo del sistema cultural para controlar al propio grupo sino que constituye una forma de intercambio con otro grupo.

## Conclusión

Los ámbitos del trabajo etnográfico multisituado permiten articular diferentes escalas: por un lado, las migraciones transnacionales que delinean cartografías muy complejas y que se relacionan con el tiempo y el espacio, siempre en movimiento. Y por otro, la observación a nivel local de los mecanismos de reproducción de los Gitanos mexicanos, involucrados en la construcción de identidades y la construcción de territorios de circulación, ambos aspectos indisolubles, de forma que el sentimiento de ser Gitano surge en la interacción con el no-Gitano. La identidad se construye frente a la no-identidad en una situación de co-presencia en el espacio en forma de oposición entre sujetos de naturaleza diferente, incompatibles.

Una etnografía multisituada de la performance posibilita identificar los lugares practicados o las prácticas de los lugares donde se establecen relaciones humanas y a la vez para el etnógrafo supone mimetizarse con los sujetos co-intérpretes en las diversas situaciones de interacción social que se producen en los escenarios de la geografía mexicana. Ello implica llevar a cabo una etnografía móvil, siguiendo los ritmos y las movilidades itinerantes. El significado y la experiencia, las habilidades y el conocimiento del medio, y en general la configuración cultural construyen culturas transaccionales respecto a los entornos vividos. El sistema antropológico e histórico de los Calós mexicanos constituye un proceso en permanente reformulación, en el cual se aprende, adapta e influencia al medio que le rodea, recreando una organización flexible y adaptativa. A lo largo del texto, enfatizamos que el simple acto de la venta es saturado de codificaciones, las cuales simbólicamente constriñen la conducta. El cara a cara con los Payos no cuestiona las fronteras simbólicas ya que establece una relación funcional y utilitaria, y por tanto, no representa un círculo primario para los Calós: es un círculo no-afectivo y de no-camaradería que se integra en un círculo secundario. La venta ambulante condensa un sentido amplio y colectivo para los Calós y en este contexto el arte verbal, el performance, la estética y la dramatización acaban teniendo como efecto una afirmación de la unidad y la coherencia social, siendo un ejercicio de ex-

19 Cfr. Renou (1961) y su aplicación al hinduismo; cfr. Bascom (1979), sobre los poemas, trabalenguas y fórmulas orales, los cuales tienen muy a menudo un significado arcano y su traducción resulta tan difícil como inútil de forma que el recitado correcto de los mismos es más importante que la comprensión.

20 Este enfoque está implícito en Bloch (1988) sobre los poderes sobrenaturales atribuidos a los reyes taumaturgos en la Edad Media, cuya legitimidad se construye con la fe en el ritual -no en la monarquía-; es el ritual el que hace al monarca.

presión y manifestación del poder de la apariencia y la copia -la facultad mimética-, en los términos de los Calós.

Planteamos que el origen del poder está en las acciones rituales cotidianas de forma que éstas no aparecen como un mero refrendo de una persona que tenga atribuida responsabilidad o tenga capacidad de autoridad, sino que la adquisición del poder se produce en la acción ritual. La venta, un medio para obtener recursos, se observa simultáneamente como un fin. Es como si el poder adquirido performativamente en el transcurso de la actividad ritual proviniera de la necesidad ritual de lograr la investidura propia del poder de los hombres y mujeres Calós sobre los Payos. Esto último constituye una perspectiva que enfatiza los aspectos y componentes externos del performance de la venta que contrasta con la lectura fenomenológica y énfasis psicológico (interno) de Turner y Van Gennep, quienes enfatizan la experiencia individual y los rituales de tránsito/iniciación. Y, en consecuencia, el performance no sería un proceso psicológico sino ante todo social: la realización de la sociedad de los Calós siendo ésta la medida que es real.

## Bibliografía

- Adorno, T. W. (1984). *Aesthetic Theory*. London: Routledge.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: FCE/Ediciones Trilce.
- Asséo, H. (1994). *Les tsiganes. Une destinée européenne*. Paris: Gallimard.
- Asséo, H. (2008). *Seminario Histoire et anthropologie des Tsiganes d'Europe*. Paris: EHESS.
- Austin, J. L. (1990). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Babcock, B. A. (1986). *Modeled Selves*. Helen Cordero's "Little People". En V. W. Turner and E. M. Bruner. (Edited by), *The Anthropology of Experience*: 316-343. Urbana: University of Illinois Press.
- Bascom, W. R. (1979). *Folklore*. En Sills. (Dir.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Madrid: Aguilar.
- Bauman, R. (1975). *Verbal Art as Performance*. *American Anthropologist*, 77:290-311.
- Bloch, M. (1988). *Los reyes taumaturgos*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Burawoy, M. (2000). *Introduction. Reaching for the Global*. En M. Burawoy et al. *Global Ethnography. Forces, Connections, and Imaginations in a Postmodern World*: 1-39. Berkeley: University of California Press.
- Buxó, M. J. (1984). *La cultura en el ámbito de la cognición*. En M. Fernández Martorell. (Coord.), *Sobre el concepto de cultura*: 31-60. Barcelona: Mitre.
- Cahn, M. (1984). *Subversive Mimesis: Theodor Adorno and the Modern Impasse of Critique*. En M. Spariou (Ed.), *Mimesis in Contemporary Theory*: 27-64. Philadelphia: John Benjamins.
- Conquergood, D. (1989). *Review Essay: Poetics, Play, Process, and Power. The Performative Turn in Anthropology*. *Text and Performance Quarterly*, 1: 82-95.
- Dahl, R. A. (1957). *The Concept of Power*. *Behavioral Science*, 2: 201-215.
- Dreyfus, H. and Rabinow: (1984). *Michel Foucault. Un parcours philosophique*. Paris: Gallimard.
- Ellen, R. and Fukui, K. (Eds). (1996). *Redefining Nature: Ecology, Culture and Domestication*. Oxford: Berg.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (1983). *Interaction Order*. *American Sociological Review*, 48: 1-17.
- Hertzfeld, M. (2005). *Cultural Intimacy. Social Poetics in the Nation-State*. New York: Routledge.
- Houseman, M. (1994). *Etude des Tsiganes et questions d'anthropologie*. *Etudes Tsiganes*, 2: 11-18.
- Ingold, T. (2000). *The Perception of the Environment. Essays in Livelihood, Dwelling and Skill*. London: Routledge.
- Joseph, M. (1999). *Nomadic Identities. The Performance of Citizenship*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Lagunas, D. (2005). *Los tres cromosomas. Modernidad, identidad y parentesco entre los gitanos catalanes*. Granada: Comares.

- Lakoff, G. (2006). No pienses en un elefante. Madrid: Editorial Complutense.
- Lisón, C. (1997). Las máscaras de la identidad. Claves antropológicas. Barcelona: Ariel.
- Malinowski, B. (1977). El cultivo de la tierra y los ritos agrícolas en las islas Trobriand. Los jardines de coral y su magia. Barcelona: Labor.
- Okely, J. (1996). Own or Other Culture, London: Routledge.
- Okely, J. (1997). Some Political Consequences of Theories of Gypsy Ethnicity. The Place of the Intellectual. En A. James, J. Hockey and A. Dawson. (Edits.), After Writing Culture. Epistemology and Praxis in Contemporary Anthropology: 224-243. London: Routledge.
- Olivera, M. (2007). Romanès ou l'intégration traditionnelle des Gabori de Transylvanie. These du doctorat. Nanterre: Université Paris X.
- Pandya, V. (1993). Above the Forest. A Study of Andamanese Ethnoanemology, Cosmology, and the Power of Ritual. Delhi: Oxford University Press.
- Piasere, L. (1985). Mare Roma, catégories humaines et structure sociale. Une contribution à l'ethnologie tsigane. Paris: EHESS.
- Piasere, L. (1991). *Popoli delle discariche*. Saggi di antropologia Zingara. Roma: CISU.
- Piasere, L. (a cura di). (1995). Comunità girovaghe, comunità zingare. Napoli: Liguori.
- Piasere, L. (1999). Un mondo di mondi. Antropologia delle culture rom. Roma: L'Ancora.
- Piasere, L. (2004). I rom d'Europa. Una storia moderna. Bari: Laterza.
- Piasere, L. (2011). Horror Infiniti. The Gypsies as Europes Tricksters. Behemoth, vol. 4(1): 57-85.
- Renou, L. (Ed.). (1961). Hinduism. London: Prentice-Hall.
- Schechner, R. (1994). Performance Theory. London: Routledge.
- Schoenmakers, H. (2012). The Power of Culture. A Short History of Anthropological Theory about Culture and Power. Groningen: University of Groningen.
- Silverman, C. (1988). Negotiating "Gypsiness": Strategy in Context. *The Journal of American Folklore*, Vol. 101, No. 401: 261-275.
- Snow, D. A. and Benford, R. D. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26: 611-639.
- Stewart, I. (2002). Does God Play Dice. The New Mathematics of Chaos. Malden: Blackwell.
- Stewart, M. (1997a). The Puzzle of Roma Persistence. Group Identity without a Nation. En T. Acton and G. Mundy. (Eds), *Romani Culture and Gypsy Identity*: 82-96. Hatfield: University of Hertford Press.
- Stewart, M. (1997b). The Time of the Gypsies. Oxford: Westview Press.
- Tambiah, S. J. (1995). Rituali e cultura. Bologna: Il Mulino.
- Taussig, M. (1993). Mimesis and Alterity; A Particular History of the Senses. London: Routledge.
- Turner, V. and Turner, E. (Ed.). (1985). On the Edge of the Bush. *Anthropology as Experience*. Tucson: University of Arizona Press.
- Turner, V. (1986). The Anthropology of Performance. New York: PAJ.
- Turner, V. (2002). La antropología del performance. En I. Geist (Comp.). *Antropología del performance de Victor Turner*: 100-125. Mecnografiado.
- Wagner, R. (1986). Asiwinarong: Ethos, Image, and Social Power among the Usen Barok of New Ireland. Princeton: Princeton University Press.
- Williams: (1996). Ethnologie, déracinement et patrimoine. À propos de la formation des traits culturels tsiganes. En D. Fabre. (Ed.), *L'Europe entre cultures et nations* : 283-294. Paris: Éd. de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Wolf, E. R. (1999). Envisioning Power. Ideologies of Dominance and Crisis. Berkeley: University of California Press.
- Zulaika, J. (1989). Chivos y soldados. La mili como ritual de iniciación. San Sebastián: Baroja.
- Zulaika, J. (1990). Violencia vasca, metáfora y sacramento. Madrid: Nerea.